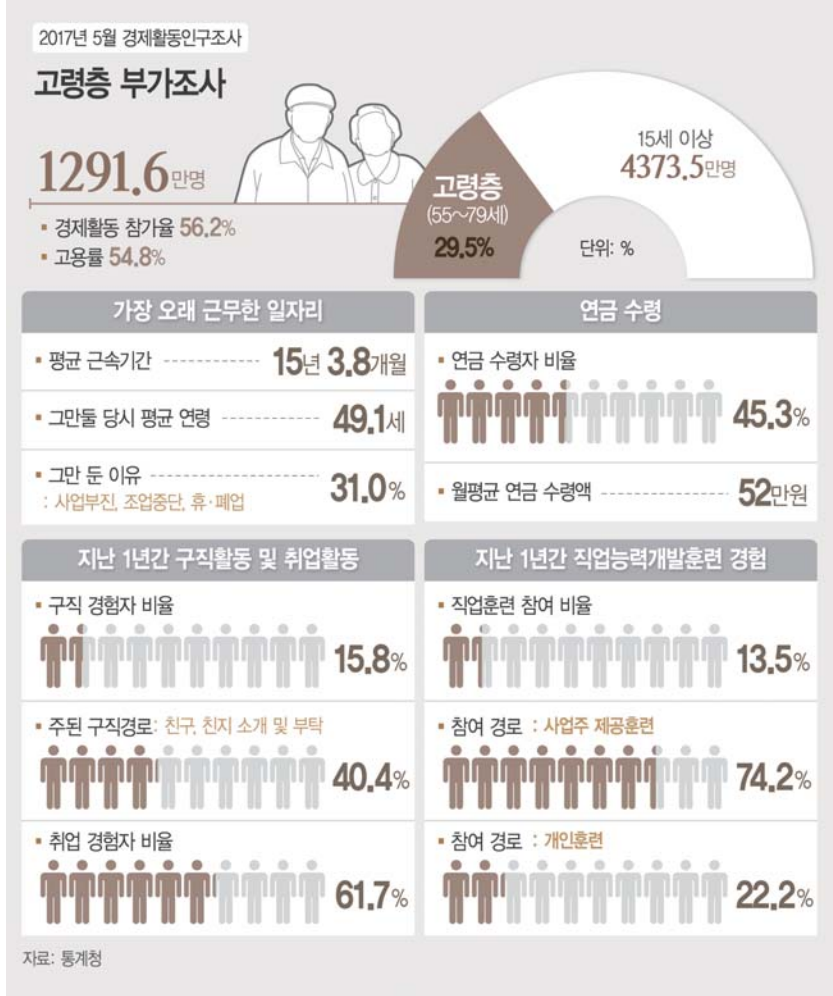


직장 퇴사 평균 49.1세 54.7% 연금 한 푼 없어

통계청, 경제활동 인구조사 고령층 부가조사



우리나라 고령층은 15년여 간 일한 직장을 49.1세에 그만두고 있었다. 통계청이 25일 발표한 '경제활동인구조사 고령층 부가조사 결과'에 따르면 지난 5월 기준 55~79세의 고령층 인구는 1291만6000명이다. 15세 이상 인구(4373만5000명)의 29.5%를 차지한다.

고령층 인구는 1년 전(1239만7000명)보다 51만9000명(4.2%) 증가했다. 고령층 중 경제활동인구는 725만3000명(56.2%)이었다. 이중 취업자는 708만4000명으로 1년 전보다

42만4000명 늘었고 실업자는 17만명으로 3000명 줄었다. 고용률과 실업률은 각각 54.8%, 1.3%다.

성별로는 고령층 남성의 고용률이 67.1%로 여성(43.9%)보다 높았다. 생애 취업 경험이 없는 고령층 50만5000명(3.9%)중 여성의 비율은 95.2%(48만명)에 달한다.

취업 경험이 있는 고령층 중 생애 가장 오래 근무한 일자리에서의 평균 근무 기간은 15년 3.8개월로 집계됐다. 남성(19년 3.7개월)이 여성(11년 2.5개월)보다 8년 1.2개월

더 오래 일했다. 근무 기간별로는 '10~20년 미만'이 30.0%로 가장 많았다. 한 직장에서 30년 이상 일한 고령층의 비율은 15.3%로 5년 미만(17.1%)보다 낮았다.

그만둘 당시 평균 연령은 49.1세(남성 51.4세·여성 47.2세)였다. 그러나 절반이 조금 넘는 52.8%만 재취업에 성공해 현재 일자리를 가지고 있었다.

가장 오래 근무한 일자리를 그만둔 이유로는 '사업부진·조업중단·휴폐업'이 31.0%로 가장 많았다. 뒤이어 '건강이 좋지 않아서'(19.2%), '가족을 돌보기 위해'(15.5%), '권고사직·명예퇴직·정리해고'(11.9%), '정년퇴직'(8.0%), '일을 그만둘 나이가 됐다고 생각해서'(4.2%) 순이었다.

최근 1년간 구직 경험이 있는 고령층은 15.8%였다. 10명중 4명은 친구·친지 소개 및 부탁(40.4%)으로 직업을 찾았다. '고용노동부 및 기타 공공 취업알선기관'이나 '민간 취업알선기관'을 통해 구직한 비율은 각각 28.2%, 9.7%였다.

구직 경험이 없는 고령층의 비구직 사유로는 '건강상의 이유'(37.7%)가 1위였다. 그러나 고령이나 적당한 일자리가 없을 것 같아서라고 답한 비율도 31.8%나 됐다.

지난 1년간 연금을 수령한 고령층은 전체의 45.3%(58만7000명)에 그쳤다. 월평균 연금 수령액은 52만원이었다.

연금 수령액은 '10만~25만원 미만'이 46.8%로 가장 많았다. '25만~50만원 미만'(26.2%)과 '50만~100만원 미만'(13.6%)이 뒤를 이었다. '10만원 미만' 연금을 받아 생계를 이어가는 고령층도 0.7% 있었다.

뉴시스

취업 무경험자는 4.8%(2만4000명)가 정태에 일하기를 원하고 있었다. 이들은 평균 72세까지 일하기를 원했다. 그러나 가장 오래 근무한 일자리를 그만둘 당시 평균 연령은 49.1세(남성 51.4세·여성 47.2세)에 불과했다.

월평균 희망 임금 수준은 '150만~200만원 미만'(27.4%)이 가장 많았다. 뒤이어 '100만~150만원 미만'(26.3%), '50만~100만원 미만'(16.8%), '200만~250만원 미만'(14.3%), '50만원 미만'(5.6%) 순이었다.

55~79세 고령층 62.4% "일하고 싶다" 역대 최대

월 150만~200만원 원해

고령층의 62.4%가 정태에 일하기를 원하고 있었다. 역대 최대치다. 통계청이 25일 발표한 '경제활동인구조사 고령층 부가조사 결과'에 따르면 지난 5월 기준 55~79세의 고령층 인구는 1291만6000명이다. 이중 62.4%(805만5000명)가 정태에 일하기를 원했다. 관련 통계가

작성된 2005년 이래 최대치다. 역대 수치가 가장 높았던 해는 2014년의 62.0%였다.

성별로는 남성(74.8%)이 여자(51.2%)보다 정태에 일하기를 더 희망했다.

취업 상태별로는 현재 취업자의 92.1%(652만5000명)가 계속 일하기를 희망했다. 취업 경험이 있는 미취업자는 28.2%(150만5000명), 생애



휴대용 미니 선풍기 인기 롯데백화점 광주점 8층 카메라코너와 9층 애플매장에서 휴대용 선풍기를 선보이고 있다. 외출할 때 가방에 쏙 들어가는 미니 사이즈로 야외 활동 시 유용하게 사용할 수 있어 선풍적인 인기를 끌고 있다. 충전식 배터리로 가격은 1만3천원이다.

소비자심리지수 6년6개월 만에 '최고'...유통가 실적 개선 기대

오프라인 유통 성숙기 진입 따른 성장률 둔화 등은 우려

소비자심리지수가 6개월 연속 오르면서 6년6개월 만에 최고치를 기록한 가운데 유통가에서도 실적 개선 기대감이 고조되고 있다.

한국은행이 25일 발표한 7월 소비자동향조사 결과에 따르면 7월 소비자심리지수(CCSI)는 111.2로 전월보다 0.1P 올랐다. 이는 지난 2011년 1월 111.4를 기록한 이후 가장 높은 수준이다. 소비자심리지수는 올해 1월 98.3으로 저점을 찍은 뒤 2월부터 지속 상승했다.

다만 아직까지는 소비심리 개선이 직접적인 내수증가로 이어져 유통업체들의 실적개선으로까지 이어지지 못하고 있다는 점은 아쉬운 대목이다. 유통가에선 현재까지는 새 정부에 대한 기대감이 반영되고 있을 뿐 실질적인 내수부양 정책은 이제부터 시작이라며 소비심리지수의 상승세를 신중하게 바라보는 입장이다.

소비심리지수 상승 등 소비 회복 기조 속에 유통 채널별 회복의 강도는 다소 다르게 나타나고 있다. 온라인쇼핑은 지속 강세를 나타내고 있는 반면 백화점, 대형마트, 홈쇼핑 편의점, 가전양판점은 채널별 특징에 따라 서서히 개선되고 있는 모습이다.

백화점은 지난 5월에 긴 연휴 영향으로 매출이 주춤했으나 6월 들

어 본격적으로 회복세가 나타남에 따라 2분기 기준점 성장률이 -1~+1% 내외로 나타났다. 백화점 관계자는 "5월에 비해 6월 실적이 어느정도 나아진 편"이라며 "하반기엔 경기회복 추세 지속과 10월 황금연휴 등 실적에 대한 기대감이 크다"고 말했다.

가전양판점의 경우 미세먼지 영향으로 공기청정기, 건조기 등 신규 가전 수요까지 더해지며 긍정적인 요소가 모두 실적으로 반영되는 매우 좋은 상황이 연출됐다. 실제로 올 상반기 가전유통 시장의 성장으로 롯데하이마트는 2조원에 육박하는 매출액을 기록, 전년동기대비 5% 이상 상승한 것으로 추정되며 전자랜드도 2870억원으로 9.8% 성장한 것으로 예상된다.

대형마트와 홈쇼핑은 소비가 개선되는 모습이 직접적으로 실적에 반영됐고, 온라인 채널과의 경쟁도 완화되면서 무난한 성장을 기록한 것으로 추정된다. 대형마트의 경우 기존점 성장률이 소비 경기 회복, 프로모션 효과, 지난해 가습기 살균제 이슈에 따른 실적 부진의 기저 영향 등

이 함께 작용했다. 홈쇼핑도 신규 가전 수요와 소비 회복, 렌탈 상품 판매 증가 영향으로 TV취급과 모바일 취급고가 동시에 영향을 미쳤다.

반면 해마다 두자릿수의 성장을 이어가던 편의점의 경우 점포의 객수가 감소하면서 기존점 성장률이 낮아지는 상황을 맞이했다. 오프라인 유통 채널 가운데 내년도 최저 임금 상승의 간접적 영향을 가장 많이 받기 때문에, 향후 분사의 대책에 따라 수익성에도 영향을 미칠 것으로 전망된다.

소비자심리지수는 6개월 후 전망에 대한 기대를 표현한 지표이기 때문에 지난 5월부터 급격한 개선 흐름이 나타난 점을 고려하면, 소비 경기가 실제 개선되는 시점 11월께로 예측할 수 있으며 이를 하반기보다는 2018년 상반기부터 개선세가 나타날 가능성이 높다.

업계 관계자는 "소비에 대한 기대가 커짐에 따라 향후 유통업체의 매출 증가가 기대된다"면서도 "이는 향후 기대에 대한 지표이고 주요 오프라인 업체들의 성장률 둔화가 민간소비 위축뿐 아니라 시장의 성숙기 진입에 따른 문제도 있다는 점은 우려되는 대목"이라고 판단했다.

지역광고·이벤트·정리·기획
湖南新聞
전화 062/224-5800
팩스 062/222-5548

한국언론진흥재단
Korea Press Foundation

부풀리고 조작된 가짜뉴스는 사라져야 합니다

가짜뉴스가 사회를 혼란스럽게 하고 있습니다.

자극적이거나 의심스러운 뉴스는
공신력있는 기관을 통해 한번 더 검증해보는 현명함으로
가짜뉴스를 근절시켜 정직하고 바른사회를 만들어 갑시다.

가짜뉴스